

Olen Pekka Kuusen elämäntyöhön kohdistuneen tutkimuksen innoittamana ennenkin harmitellut sitä, miten vähän yhteiskuntatieteellistä tutkimusta käytetään hyväksi konkreettisesti sosiaalipoliittisessa päätöksenteossa. Se ei johdu kelvollisen tutkimuksen puutteesta. Tämän(kin) kirjan kirjoittajista erityisesti Juho Saari ja Raija Julkunen, jotka ovat kirjoittaneet yli kaksi kolmasosaa tämän artikkelikokoelman tekstistä, osoittavat, miten korkeatasoista ja analyyttistä tutkimusta (myös

hyvin luettavassa muodossa) Suomessa olisi käytettävissä.

Turhia tai huonoja artikkeleita ei kirjassa ole. Erityisesti mainitseen kuitenkin Raija Julkusen päivitetyn tulkinnan hänen omasta kahden vuoden takaisesta kirjastaan ”Suunnanmuutos”, Juho Saaren analyysin selvitysmies Pentti Arajärven sosiaaliturvan kehittämistä koskevista esityksistä ja Lasse Oulasvirran artikkelin kuntien ja valtion keskinäisen sosiaalipoliittisen vastuunjaon kehityksestä. Kaikki ovat sellaisia, että ne tuovat lisää ymmärrystä

siihen, mitä Suomessa on tehty, miksi ja millä vaikutuksella.

Kirjasta löytää vähemmän eväitä siihen, mitä seuraavaksi tulisi tehdä. Toisaalta se ei olekaan tutkijoiden (eikä virkamiesten) varsinainen tehtävä, vaan kuuluu poliittisille päättäjille. Viisaat päättäjät kuitenkin hankkisivat käyttöönsä etukäteen sen analyysin, jota nämäkin artikkelien kirjoittajat näin jälkikäteen ovat tehneet päätösten institutionaalisista yhteyksistä ja niiden todennäköisistä seurauksista.

Julkisuus ammattina

SEPPO HELMINEN

”No Logo” -kirjassaan Naomi Klein toteaa yleistävästi, että nykyään olennaista ei ole niinkään hyödykkeiden kuin imagojen tuottaminen. Varsinainen ”työ” tehdään siis markkinointiosastolla eikä tehtaassa. Merkityksellistä on, että brändiin sisältyy jonkinlainen tarina. Tuotteen täytyy kuljettaa mukanaan omaa mielikuva-avaruuttansa, jonka täytyy koskettaa kuluttajan ”avaruutta”, jotta se puhuttelisi, puhuisi samaa kieltä. Tuotteet alkavat olla (teknisesti) niin samanlaisia, että niitä ei toisistaan erota kuin mainosmies. Tämä liimaa tuotteen päälle tarinan, jonka mukana voi syntyä kuluttajan ostopäätös.

Julkkis on tuote tuotteiden joukossa. Puhutaanhan julkisuuden henkilöistä. Henkilö on siis julkisuuden oma. Tuotteena julkisuuden henkilö on inhimillisyysarvaamaton. Mutta hänkin on tarinoista rakennettu. Kjell Westön uusinta kirjaa luet-

taessa on hyvä muistaa, että inhimillisiä tarinoita on ainakin kolmenlaisia: kerrottuja, sisäisiä ja todella elettyjä. Ne saattavat punoutua omanlaiseksi pajunköydeksi. Westön kirjan päähenkilö on suosittu televisiotähti Lang, joka pitää ”Sininen hetki” -nimistä talk-show’ta kaupallisessa verkossa. Seitsemäntenä tuotantokautena ohjelma ja sen ankkuri ovat laskusuunnassa. Sitä mitataan tietenkin katsojaluvuilla. Lang ajatuksineen on käynyt vanhanaikaiseksi. Hän on ollut mm. ”suuntaa näyttävän älymystön suosikki”. Yhteiskunnallisuus kuuluu reliikki-osastolle eikä ainakaan älymystö näytä suuntaa mihinkään. Ellei sitten Serendibiin, merenkävijä Sinbadin saarelle, jonne pääsee vain eksymällä.

Toeksessaan Westö bongaa useitakin talk-show-isäntiä ja -emäntiä. Kirjansa jälkisanoissa hän esittää yhden kirjan avainlauseista tai -varauksista. ”Ha-

Kjell Westö
Lang
Otava 2002
256 s.

luan korostaa, että tarinassa esiintyviä suomalaisille lukijoille tuttuja henkilöitä on tässä yhteydessä pidettävä fiktiivisinä hahmoina.” Mutta sellaisiahan he todellisuudessaakin ovat. Kolumnissaan ”Uudet imukanavat” (HS 1.2.2003) Outi Nyttäjä kritisoi MTV 3 -kanavan uusia kevyttuotantoja ja siinä yhteydessä toteaa: ”Kysymys on huomattavasti isommasta asiasta, siitä miten julkisuus sinänsä on tullut ammatiksi ja miten se on vaikuttanut työn käsitteeseen niin Suomessa kuin muuallakin. Televisio-ohjelmaan pääseminen tuntuu ylittävän kaikki muut koulutus- ja ammattikriteerit. Kohta kaikki ovat yhtä kompetentteja kuin Koistiset eli edus-

kuntakelpoisia... Ensin juontajaksi, sitten kaupunginvaltuustoon ja sitten eduskuntaan ja jo ollaan ministerin paikalla. Tai työttömänä.”

Jälkisanoinaan Westö mainitsee esittävänsä ajatuksia, joihin on vaikuttanut mm. Paul Virilio, vauhtisokea urbanisti, joka kertoo epilepsialle sukua olevasta pyknolepsiasta. Pyknolepsia on hänelle jonkinlainen vertaus elämän hahmottamisen vaikeudelle. Todellisuutemme koostuu irrallisista jaksoista. Me kuromme ne yhteen. Tarinaksi? Virilion maailmassa kone korvaa rakastetun ja massatuotanto huolehtii ihmisten riittien kokonaisuudesta. ”Virtuaalisen olennon, kaukaisen suosiminen todelliseen ja läheiseen nähden, on kuvajaisen tavoittelua, kuvan suosimista taakkanamme olevan olennon kustannuksella. Tämä lihaa ja verta oleva olento on vain haitaksi ollessaan tässä ja nyt eikä jossain muualla.” Tämän Virilio-sitaatin voisi liimata kirjan kanteen. Sen henkilöt kun tuntuvat olevan vieraantuneita niin toisista ihmisistä kuin todellisuudestakin, ja salaamalla itseään ja menneisyyttään he pyrkivät elämään rakkaussuhdetta, joka sekin tuntuu olevan pelkkää roolin ottoa. Rakastamisen näytelmää. Kulissia elämä kaikki.

Kirjan takakansi sanoo: ”Puhelin soi töölöläisasunnossa maraskuisena yönä. Uninen kirjailija Konrad Wendell kuulee ystävänsä Langin hätäntyneen äänen. Kohta hän on jo nousemassa tukeva lapio kädessään miehen autoon.” Siinä erään eletyn elämäntarinan loppupiste ja toisaalta alku tarinalle, jonka kertoo kirjailija Wendell, joka on monin tavoin liittynyt Langin elämään ja on jossain määrin kaiteellisen katkera Langille, koska tämä on saanut kaiken ha-

luamansa niin helposti. Rakkaustarinalle, kolmiodraamalle, jossa Langin, Saritan ja Saritan lapsen isän tarinat törmäivät toisiinsa niin, että rakkaustarinasta vääntyy rikostarina.

Westö kritisoi outoa sairautta potevaa yhteiskuntaa, jota näköradio sattumanvaraisin ja marginaalisiin paljastuksiin pikemminkin ylistää kuin ravistelee tai edes kritisoi. Televisio ei ole ikkuna maailmaan vaan sitä vääristelevä peili. Se on samalla jonkinlainen näyteikkuna, jossa käydään ikkunaostoksilla katselemassa ihanteita, elämämalleja tai tyyliä. Televisio saattaa teeskennellä olevansa tallentamisen väline, mutta se on muuttunut tai muuttuu vähitellen todellisuuden luomisen välineeksi. Olemmeko jo maailmassa, jota televisio kuvaa ja samalla määrää sosiaalista todellisuutta? Ainakin se säätää pääsyä sosiaaliseen ja poliittiseen elämään.

Kun lehdistö kellastuu ja televisio ”nuorentuu” alle teini-ikäiseksi, niin varsinaisella asialla ei niihin ole asiaa. Katsojan henkisyys on markkinahenkisyyttä. Omistaja läksyttää Langia, joka on hänen mukaansa pudonnut mediayhteiskunnan kyydistä: ”Voi olla, että teemme virheen kun mittaamme kaiken nopeudessa ja rahassa, voi olla että teemme hallaa kun ylistämme nuoruutta ja häikäilemättömyyttä ja pidämme elämäkokemuksista ja raihnaisuutta synonyyminä. On täysin mahdollista, että elämme kulttuurin laskukautta. Silti meillä ei ole muuta vaihtoehtoa kuin tunnistaa vallitsevat rakenteet ja joukkopsykologia.”

Toimettomana Lang saa kutsun Lasse Lehtisen ”Haluatko miljonääriksi” -ohjelmaan, joka on tarkoitettu julkiksille. Tässä yhteydessä hän käy läpi televisio-ohjelmien nöyryyttämismeka-

nismeja. Toistakymmentä vuotta kestäneen ylösrakentavan julkisuuden jälkeen mediat alkavat vetää häntä lokaan tai ovat sitten välinpitämättömiä. Uudet, ”raikkaat” mediatähdet jakavat medioissa ”raikkaita” lausuntojaan à la ”Tää on niinku mun juttu” tai ”Posliinipillu on ihan jees”. Nuoret rusina-aiivot ovat in. Lang on out. Tuottaja hokee: ”Yksikään vakava lehti ei halua tehdä henkilökuvaa sinusta, edes ne, jotka Meriö omistaa. Minä en saa sinua enää kiertohaastatteluihin. Mielikirjani, Elämäni Aakkoset, Kymmenen asiaa joita ilman en voi tulla toimeen... Sinua ei haluta käyttää edes niihin. Minulla ei ole muuta kuin soitto Seiskasta, huhutaan, että sinä vietät öitäsi jonkun teini-ikäisen yksinhuoltajan luona Kalliossa.” Sellainen rakkaustarina, joka saa Langin kysymään: ”Miksi julkisuuden pitää olla joko pelkkää idolien palvontaa tai pahasuopaisuutta... miksi siihen väliin ei mahdu lainkaan ajattelua?” Ehkä siksi, että julkisuus on kovettunut monilla pelkäsi myyntipöydäksi. Julkisuudesta on tullut ammatti, jossa tärkeintä ei ole taitosi, kykysi, vaan se, miten osaat itseäsi kaupata. Oleminen on havaituksi tulemista. Havaituksi tuleminen on sitä, että julkisuuden agendanvartijat huomaavat sinut.

Julkkis on siitä hyvä tuote, että se myy itse itseään. Siinä aikamme ydin? Westön rakkaustarina kertoo omalla tavallaan mekanismeista, jotka tuottavat tarkoin harkittua sisällöttömyyttä. Mutta tämä mekanismi ei ole mikään salaliitto. Siinä kirjan metatason rakkaustarina: infantiilin mediakuluttajan ja sisällöttömyyden tuotannon suhde. Se on mahdottomampi kuin Langin ja Saritan ”rakkaussuhde”.